

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 29615**

Intitulé

MASTER : MASTER Mention CULTURE ET COMMUNICATION

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Paris 8 - Vincennes-Saint-Denis	Université Paris 8 - Vincennes-Saint-Denis, Présidente de l'Université Paris VIII

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

310n Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion (conception), 320n Conception : Etablissement de stratégies de relations publiques et de communication, 321 Journalisme et communication

Formacode(s) :

32035 conduite projet, 15004 communication professionnelle, 46301 communication entreprise

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

- Définition et pilotage de politique et de stratégie de communication
- Conduite de projets de communication numérique
- Production de contenus informationnels et communicationnels, culturels, artistiques, en contexte national ou international
- Etudes et prospectives socio - économiques / conseil et audit

A l'issue de leur certification, les diplômés sont en mesure de :

- Comprendre les enjeux sociaux, historiques, culturels, économiques et politiques des médias internationaux / des sciences de l'information et de la communication numérique / des industries culturelles et créatives
- Maîtriser les approches théoriques de la culture et les rapports entre culture et industries culturelles et créatives ainsi que des médias internationaux
- Analyser les situations de communication à partir des concepts fondateurs de la sociologie et de la communication
- Analyser la constitution des marchés, le positionnement des acteurs, leurs stratégies et les rapports de force entre acteurs publics et privés
- Exercer une analyse critique des marchés et des secteurs musicaux ou audiovisuels, de leurs stratégies, de leurs enjeux socio-économiques et professionnels
- concevoir des politiques de communication et des dynamiques participatives sur le web
- Analyser un besoin, élaborer un cahier des charges pour mettre en œuvre un projet et le conduire
- Planifier, concevoir et conduire une politique ou une stratégie de communication, recourant aux technologies numériques dans des environnements différenciés : entreprises, environnements culturels/artistiques, nationaux et/ou internationaux
- Elaborer et gérer des sites web répondant à des objectifs différenciés : communication institutionnelle, communication commerciale, communication interne
- Assurer la coordination de projets multimédias
- Créer, produire, promouvoir et valoriser des contenus médiatiques dans des environnements différenciés à l'échelle nationale et/ou internationale : culturels, artistiques, associatifs et/ou participatifs, alternatifs
- Concevoir des stratégies de diffusion multi-supports et des produits numériques
- Concevoir des contenus journalistiques en langues étrangères (presse, audiovisuel, Web)
- Auditer les stratégies de communication existantes d'une organisation ou d'une institution opérant dans un contexte national et/ou international et définir des propositions
- Lancer et analyser une veille stratégique et informationnelle / éditoriale et concurrentielle
- Maîtriser la langue anglaise : vocabulaire usuel et spécifique de la communication

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Collectivités territoriales, Ministères, organismes publics et parapublics, Universités, Institutions internationale
ONG, associations culturelles, associations humanitaires
Presse, Médias, Numérique
Chaînes internationales de télévision ou de radio

Entreprises du secteur privé

- Assistant de production / de développement culturel et artistique
- Responsable / Assistant organisation de spectacles
- Chef de projets musicaux
- Assistant / Chef de promotion
- Chef de projet marketing-web
- Programmeur de chaîne numérique ou web
- Manager de communautés numériques (community manager)

- Responsable de projets stratégiques
- Chargé d'étude prospective
- Chargé de programme ou de production
- Correspondant international
- Chargé de communication internationale
- Concepteur ou rédacteur de communication
- Chargé de communication interne et/ou externe
- Attaché de presse
- Traducteur rewriter
- Responsable de la communication numérique
- Assistant à la Direction de la communication
- Chef de projets multimédias et nouveaux médias
- Chargé de mission ou d'études en communication interactive
- Webmaster éditorial
- Chargé de mission à la stratégie promotionnelle ou à la démarche marketing
- Responsable de projets stratégiques / Chargé de missions stratégiques

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1103 : Communication

E1106 : Journalisme et information média

E1104 : Conception de contenus multimédias

E1402 : Élaboration de plan média

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Structure du Master Culture et Communication :

Un tronc commun,

Trois parcours dont un avec 4 spécialisations :

1) Parcours Industries culturelles et créatives (ICCREA)

-Spécialisation 1 : Industrie musicale : logiques, stratégies, enjeux

-Spécialisation 2 : Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies, enjeux

-Spécialisation 3 : Web et cultures participatives

-Spécialisation 4 : Mobilisations informationnelles, médias alternatifs, marges culturelles

2) Parcours Médias internationaux : enjeux et pratiques (MINT)

3) Parcours Communication numérique et conduite de projets (COMNUM)

Parcours 1 : "Industries culturelles et créatives » (ICCREA)

Première année du Master Culture et Communication

UE1 Industries culturelles et créatives : approches critiques - 8 ECTS

UE2 Industries culturelles et créatives : enjeux et acteurs - 6 ECTS

UE3 Enseignement d'ouverture - 2 ECTS

UE4 Enseignement linguistique - 2 ECTS

UE5 Méthodologie - 4 ECTS

UE6 Espace public, médias, culture - 7 ECTS

UE7 Pratiques des champs professionnels - 12 ECTS

UE8 Recherche - 19 ECTS

Deuxième année Master Culture et Communication

4 spécialisations pour ce parcours :

Spécialisation « Industries musicales : logiques, stratégies et enjeux »

UE1 Economie, histoire et esthétique de l'industrie musicale - 12 ECTS

UE2 Musiques et publics - 8 ECTS

UE3 Financement et valorisation de la musique - 12 ECTS

UE4 Méthodologie - 4 ECTS

UE5 Recherche en SIC - 24 ECTS

Spécialisation « Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies et enjeux »

UE1 Production et publics - 20 ECTS

UE2 Images et écrans - 12 ECTS

UE3 Méthodologie - 4 ECTS

UE4 Recherche en SIC - 24 ECTS

Spécialisation « Web et cultures participatives »

UE1 Société et numérique - 16 ECTS

UE2 Cultures participatives et données numériques - 16 ECTS

UE3 Méthodologie - 4 ECTS

UE4 Recherche en SIC - 24 ECTS

Spécialisation « Mobilisations informationnelles, médias alternatifs et marges culturelles »

UE1 Domination sociale et marges culturelles - 10 ECTS

UE2 Action collective et productions symboliques - 15 ECTS

UE3 Méthodologie - 6 ECTS

UE4 Méthodologie - 4 ECTS

UE5 Recherche - 4 ECTS

UE6 Recherche en SIC - 21 ECTS

Parcours 2 : "Médias internationaux : enjeux et pratiques »

Première année du Master Culture et Communication

UE1 Industries culturelles et créatives : approches critiques - 8 ECTS

UE2 Méthodologie - 4 ECTS

UE3 Économie politique et Cultural Studies - 8 ECTS

UE4 Enseignements d'ouverture - 2 ECTS

UE5 Espace public, médias, culture - 3 ECTS

UE6 Médias et société - 4 ECTS

UE7 Valorisation et appropriation - 8 ECTS

UE8 Recherche - 19 ECTS

UE9 Pratiques des champs professionnels et ouverture - 4 ECTS

Deuxième année Master Culture et Communication

UE1 Médias, technologies et relations internationales - 12 ECTS

UE2 Stratégies internationales des organisations - 6 ECTS

UE3 Cultures, médias, pratiques - 9 ECTS

UE4 Méthodologie - 4 ECTS

UE5 Professionnalisation, méthodologie avancée - 29 ECTS

Parcours 3 : "Communication numérique et conduite de projet »

Première année du Master Culture et Communication

- Théories des industries culturelles et créatives (4 ECTS) / ou Théories de la mondialisation des médias (4 ECTS)

- Sciences, techniques et sociétés (4 ECTS)

- Analyse sémiologique et ergonomique de sites web (3 ECTS)

- Atelier I (HTML, CSS) (3 ECTS)

- Méthodologie de la recherche en sciences sociales (4 ECTS)

- Anglais de la communication (3 ECTS)

- Cours libre (projet « Voyage d'études » ou cours à choisir parmi les enseignements des autres UFR) (2 ECTS)

- Panorama des champs professionnels, conférences avec des professionnels (2 ECTS)

- Marketing des médias numériques (2 ECTS)

- Ethique et pratiques de la communication numérique (2 ECTS)

- Espace public et médias (3 ECTS)

- Atelier II (CMS, UGC) (2 ECTS)

- Atelier de suivi méthodologique (2 ECTS)

- Rapport d'étude (10 ECTS)

- Soutenance (7 ECTS)

- Construction du projet professionnel (3 ECTS)

- Période d'insertion professionnelle (4 mois - Rapport d'activité) (4 ECTS)

Deuxième année Master Culture et Communication

- Économie politique de l'Internet et des Data industries (2 ECTS)

- Usages sociaux des médias numériques (2 ECTS)

- Marketing des médias numériques (2 ECTS)

- Conduite de projets numériques (4 ECTS)
- Lancement de projets numériques (4 ECTS)
- Financement de projets numériques (4 ECTS)
- Atelier III (Web rédactionnel et référencement) (2 ECTS)
- Méthodologie de la recherche en sciences sociales (4 ECTS)
- Anglais de la communication (2 ECTS)
- Panorama des champs professionnels, conférences avec des professionnels (3 ECTS)
- Stratégies des responsables de communication (audit & étude de cas) (3 ECTS)
- Veille stratégique et médias numériques (3 ECTS)
- Audit et consultance informationnelle (3 ECTS)
- Construction du projet professionnel (2 ECTS)
- Période d'insertion professionnelle (6 mois - Rapport d'activité) (4 ECTS)
- Atelier de suivi méthodologique (2 ECTS)
- Mémoire (théorique ou professionnel) Rédaction (8 ECTS)
- Mémoire (théorique ou professionnel) Soutenance (6 ECTS)

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUI/NON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Le responsable, Un professionnel, Un universitaire
En contrat d'apprentissage	X	Le responsable, Un professionnel, Un universitaire
Après un parcours de formation continue	X	Le responsable, Un professionnel, Un universitaire
En contrat de professionnalisation	X	Le responsable, Un professionnel, Un universitaire
Par candidature individuelle	X	Le responsable, Un professionnel, Un universitaire
Par expérience dispositif VAE	X	Le responsable, Un professionnel, Un universitaire

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté d'habilitation de ce master (vague LMD3 bis) : 8 juillet 2015

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

-Décret n02013-756 du 19 août 2013 sur la validation des acquis par les établissements d'enseignement supérieur

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Autres sources d'information :

- 1) Parcours Industries culturelles et créatives (ICCREA)
- 2) Parcours Médias internationaux : enjeux et pratiques (MINT)
- 3) Parcours Communication numérique et conduite de projets (ComNum)

Lieu(x) de certification :

Université Paris 8 - Vincennes-Saint-Denis : Île-de-France - Seine-Saint-Denis (93) [Saint Denis]

Université Paris 8

2 Rue de la Liberté - 93526 Saint-Denis Cedex

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

Université Paris 8

2 Rue de la Liberté - 93526 Saint-Denis Cedex

Historique de la certification :